传统媒体与新兴媒体融合发展的现状、问题与创新路径关键研究

杨晓婧
（郓城县广播电视台，山东 郓城 274700）

摘 要：传统媒体与新兴媒体融合发展，是指应用现代化的信息技术，把传统媒体与新兴媒体从内容、渠道、平台、经营、管理方面全面融合。当前传统媒体仅仅只是从硬件平台和发展理念上进行了融合，而细节内容却没有深度融合，导致了融合形式化的问题。本文分析了传统媒体与新兴媒体融合发展的现状、问题与创新路径关键问题。

关键词：技术应用；运作机制；交流平台；优化理念 **中图分类号：**G206 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）04-104-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.04.031
本文著录格式：杨晓婧 . 传统媒体与新兴媒体融合发展的现状、问题与创新路径关键研究 [J]. 中国传媒科技，2022（04）：104-106.

导语

在大数据时代，传统媒体与新兴媒体各自呈现了传播的优势和不足。传统媒体拥有强大的内容生产力、专业化的新闻传播理念和运作机制、品牌知名度的优势，从新闻创作分析，传统媒体新闻报道的深度、广度、高度具有很大的优势。而新兴媒体则具有交互性强、传播速度快、信息价值观多元化、传播形式多样化的特点。传统媒体与新兴媒体融合发展，就是指大数据背景下，把传统媒体与新兴媒体融合，在保持自身优势同时，发挥新兴媒体的优势，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”理念的发展方式。传统媒体与新兴媒体融合发展是未来我国媒体发展的趋势，而如何让传统媒体与新兴媒体融合发展，我国传统媒体已经着手进行尝试。[1]

1. 传统媒体与新兴媒体融合发展的现状

中央全面深化改革领导小组第四次会议提出了传统媒体与新兴媒体融合发展的方法、目标、范围。同时提出融合的方法为要尊重新闻传播的规律、新兴媒体发展的规律、应用强化互联网思维、让传统媒体与新兴媒体互补的方式融合；融合的基础为以先进技术为支撑、以内容建设为根据；到内容、渠道、平台、经营、管理这五个方面全面融合的目标。[2]

当前，我国已经建立了传统媒体与新兴媒体融合发展的硬件平台，并提出了融合发展的理念，即我国的传统媒体与新兴媒体已经具备了融合的基础与发展方向。然而从内容、渠道、平台、经营、管理这五个方面来分析，却未做好全面的融合。于是我国传统媒体与新兴媒体融合发展仅是到了形式融合的阶段，而未到达实质融合的阶段，而如何促成这五个方面的融合，让实质融合实现，就是未来发展要解决的问题。

2. 传统媒体与新兴媒体融合发展存在的问题

2.1 机制不同的问题

融媒体要求将传统媒体与新兴媒体的资源、技术、内容融合于一体，形成一体化的组织结构和传播体系。然而当前传统媒体与新兴媒体的运作依然是割裂的。比如传统媒体的广播、电视、报纸、杂志等部门依然完成自己的新闻创作及传播任务，新兴媒体则结合自己的需求形成了条块分割的采编制作格局和与之配套的分配体系。传统媒体与新兴媒体融合机制没有形成，导致传统媒体不能有效地利用新兴媒体的资源、技术、内容；新兴媒体也同样。在融媒体的环境下，如果不能形成全新的运作机制，那么就不能真正的实现融媒体环境下的资源、技术、内容共享，优化管理，融合发展。[3]

2.2 交流意识的问题

过去，传统媒体一直为党委政府部门的喉舌，即人们收到传统媒体的信息，就如同听到党委政府部门的声音。虽然人们也会给予传统媒体反馈，然而从整体而言，传统媒体的交流方式依然以自下而上，单向沟通为主。而在互联网的环境下，用户的诉求发生了很大的变化。在互联网的环境中，用户已经习惯了应用网络平台交互，发出自己的声音。在融媒体的背景下，用户向传统媒体提出了双向交流的要求，并且他们提出，当前传统媒体的双向交互过于形式化。用户认为传统媒体的互联网平台更新缓慢，并且缺乏给予用户的反馈。如果不能实现双向交流，那么用户的声音便与政府的声音割裂，传统媒体就不能成为融媒体环境下信息上传下达的桥梁。[4]

2.3 产品创新的问题

当前，大量的用户看到传统的媒体存在资源分散、传播力和影响力弱化、创新能力和发展动力不足的问题。

而新兴媒体则存在新闻创作质量参差不齐，甚至部分媒体平台为了获得点击率、流量而刻意扭曲关键信息。由当前的产品创新现状可以看到，在融媒体的环境下，传统媒体不再是用户接收信息的唯一渠道，他们能从多种渠道获得信息，从而导致传统媒体的生产能力偏弱，舆论引导效能不足，从而用户有时得不到权威的信息而感到恐慌。在融媒体的环境下，要如何丰富自己的产品，重新强化传统媒体的舆论引导力，将是传统媒体需要攻克的难题。

2.4 技术应用的问题

融媒体将传统媒体应用的平台与网络媒体平台对接，它要求运营管理中实现数据共享；各终端平台的功能可以安全接入、业务安全通讯能够实现、业务模块能够顺利建立。虽然已经建立了融媒体平台，然而在实际应用中却易出现问题，导致用户的体验不足。比如用户经常投诉应用移动 App 收看传统媒体的节目时常常出现网络延迟现象，特别是用户人数过多时，延迟现象非常严重，在交互时，有时会出现软件跳出等现象，用户体验不佳。融媒体平台需要克服平台应用的技术问题，强化用户的使用体验。

2.5 用户沉淀的问题

传统媒体认为在融媒体的环境下，用户不再习惯收看广播电视、不再愿意购买报刊杂志，他们习惯在网络平台上接收信息。传统媒体的盈利方式是以播放广告为主，当用户的关注焦点不再为传统媒体，而是新兴媒体时，对广告赞助商而言，在传统媒体上投放广告的价值便变低。[5] 于新兴媒体而言，为了获得更多的用户资源，它们应用各种方法提高媒体平台的点击率，原创各种产品，然而有时新兴媒体产品质量难以保证；并且制作的产品难以在传统媒体上宣发。传统媒体需要重新沉淀用户，形成全新盈利模式，实现利益共享。

3. 传统媒体与新兴媒体融合创新路径关键

3.1 形成全新的运作机制

当前传统的媒体已经完成了重构管理体制与事业体制这两项改革。重构管理体制，是指将原来广电行政部门设立的广播电视台、县委宣传部门立的内部报刊及政府网站部门整合了起来，建立了统一的法人机构——融媒体中心，从事业体制改革分析，当前融媒体中心已经将采编单位与经营单位分离，采编单位为事业单位，而经营单位为企业单位。如何将事业单位与企业单位融合起来，让事业单位和企业单位各自发挥优势，是全新运作机制形成的关键。[6]

将运作机制分为七个部分：（1）省市合作媒体指挥中心。省市合作媒体部门负责统筹，并评估统计 + 外联、采编部门、编前会部门、值班总编辑室、运营部门、全媒体记者几个部门的工作。（2）采编部门。采编部门负责产品创作的工作。（3）统计 + 外联。统计 + 外联部门负责采集各种信息，并统计数据给出各种数据反馈。（4）值班总编辑室。值班总编辑室根据信息的采集，比如效果的反馈、热点的反馈拟定产品选题、给予产品创作指导。值班总编辑室制定了产品项目后目由编前会审核，通过了审核即将审核的产品项目交给采编部门创作。（5）编前会部门。它负责运行监控、任务统筹、选题策划、传播监测。它接受值班总编辑室的审核申请完成审核，接受统计 + 外联的信息，完成运营部门信息的监管。（6）运营部门。自有全媒体各个渠道负责事业单位网络 App 的运营。它们需要将信息转发到网、微信、微博、App，并报选题、选题反馈等。（7）全媒体记者（含互联网上其他个人网站及自媒体），它们结合自己的需求撰写稿件、转载稿件等，与省市合作媒体形成自由合作的关系。建立这样的运作机制，能将统筹、数据分析、新闻创作、稿件审核、主题策划、产品宣传、产品延伸几个工作环节形成一个整体，每个单位均有自己的权责，彼此的运作也形成一个整体。

3.2 搭建双向交流的平台

搭建双向交流的渠道，就要从交流内容、交流工具、交流形式这三个方面搭建桥梁：（1）建立交流内容分类矩阵，建立“智慧 + 智能 + 智库”。在大数据的背景下“统计 + 外联”很难依靠人工的方式去采集用户的诉求。那么为了全面了解用户的诉求，当前技术部门需要建立科学的交流内容分类矩阵，让用户的诉求能被科学地分类，利用智能软件自动分析用户的诉求。（2）结合用户诉求，灵活建立交互平台。在不同的时期，用户的诉求会发生变化，“统计 + 外联”部门需动态地掌握用户的诉求。能够集中融媒体的资源，集中解决用户关心的问题。比如当前用户最关心的主题为疫情的动态。当“统计 + 外联”部门给出相应的数据以后，值班总编辑室就要迅速响应，打造一系列用户关心的产品。（3）拓展交流渠道，开展供给侧改革。发挥运营部门的功能，打造“内容生产集群 + 用户集群 + 大数据 + 媒体平台”，鼓励用户在 App 平台中探讨，而它将为“统计 + 外联”部门提供大量的数据信息。同时采编部门将结合用户的需求创作出产品，运营部门将负责宣传，全媒体记者结合运营的需求营造新闻热点，最终通过全面交互形成枢纽型生态系统。[7]

3.3 优化产品创作的理念

传统媒体过去的创作理念为从需求侧的角度来开展产品创新，这是由于传统媒体在产品创作中没有竞争者，那时传统媒体是用户唯一能够接收信息的媒体。而当新兴媒体以网络平台为基础，开始了产品创作并与传统媒体展开竞争后，传统媒体的信息引导力便开始减弱。然而传统媒体始终有着产品创作的优势，当前网络产品中，第一手新闻信息 70% 左右为传统媒体提供，而仅只有 30% 由新兴媒体原创。传统媒体长于创作，新兴媒体长于传播，只有将两者的优势结合起来，才能实现产品内

容的融合。[8]

当传统媒体创作出新闻产品以后，需要与新兴媒体合作，由新兴媒体结合网络传播的需要进行二次创作。在互联网的环境下，用户获得的信息是碎片化的，而如何结合受众的需求，让用户能够迅速发现信息，并对信息产生兴趣，则是新兴媒体需要关注的问题。现将信息的类型分为文字信息、图文信息、视音频信息(长度不同)、音频信息等。

3.4　完善技术应用的框架

虽然当前融媒体平台解决了一些技术问题，但是在解决了一些技术问题的同时，往往会产生另一些技术问题。如果仅仅只是从局部上解决问题，那么便难以提高用户的体验。如果要完善技术，就要建立一套完善的技术应用框架，在搭建好宏观技术应用规划的前提下，优化技术的使用。（见表 1）

表 1　融媒体平台技术应用的整体框架

融合框架	互动业务总线、互动模块池、互动终端应用和互动运营管理四个板块
融合思想	标准的建立：统一前端的互动应用接口、互动模块接口、互动数据格式；建立集成化的互动应用模块化，让模块化具有可拓展性；建立统一的互动业务总线将用户数据和互动数据大数据库，共享媒体平台产业链上的数据；实现不同媒体的互动业务个性化定制
融合维度	数据：建立“全面掌握用户互动业务数据”的大数据库，该数据库由统计 + 外联负责管理，由编前会部门负责审核 业务：打破制播系统边界，生产流程共享化，将传统媒体的制播系统与网络平台、移动用户端结合，实现融媒体平台的“共享生产” 资源：建立统分结合、权限清晰、互联互通、实时交互、安全可控的互动技术系统，实现资源优化整合 技术：建立一体化平台，实现媒体生产协同化，为传统媒体、合作运营部门、其他伙伴量身定制服务功能

3.5　建立共享的盈利模式

在融媒体的平台上，传统媒体需要与新兴媒体、融资商、授权者、运营者、合作者、传播者共同形成产业链。然后传统媒体需要在产业链中发挥自身的优势，形成不可或缺的优势。只有形成一条产业链，才能够为用户提供更优质的产品、更优良的服务、更成熟的交流渠道、更良好的体验。只有用户满意，才能够提高产业链的价值，传统媒体才能够从中得到收益。

参看图 1，这是游戏赛事直播的融媒体平台下的产业链，在这个案例中，传播媒体负责在媒体平台上直播游戏赛事，这是由于用户普遍认为传统媒体具有权威性，因此将游戏赛事放到传统媒体上直播能够扩大游戏赛事影响力。在这条产业链中，传统媒体能够发挥自己的优势，提高这条产业链的价值。以此类推，只要传统媒体在产

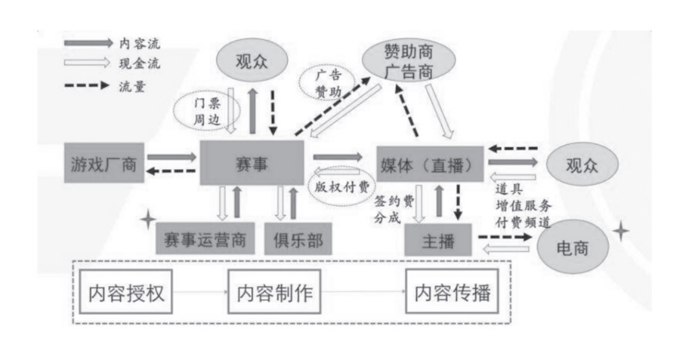


图 1　游戏赛事直播为案例的融媒体平台下产业链的形成

业链上的任何一个环节，创造着不可或缺的价值，并以此提高整个产业链的价值，那么传统媒体就能获得收益。传统媒体一方面要做好合作伙伴的评估，让自己参与到有价值的产业链中；另一方面要发挥自己的优势，让自己在产业链中更有价值，如此传统媒体就能获得收益。

结语

媒体融合发展是一项复杂的系统工程，它也是媒体平台划时代的变革与创新。传统媒体需要在融媒体环境中了解自己的定位，整合运行机制，发挥自身优势，运用先进技术，创新产品内容、实现双向交流，这是让传统媒体与新媒体从形式融合走向本质融合的发展道路，传统媒体需要在融媒体环境下成功转型，为传媒事业做出新的贡献。媒

参考文献

[1] 贾巍 . 传统媒体与新媒体融合发展的必然性 [J]. 中国传媒科技，2020（5）：28-30.

[2] 万雪松 . 传统媒体新媒体融合的现状及对策研究 [J]. 传播力研究，2020（13）：79-80.

[3] 吕煜昊 . 新媒体与传统媒体的融合与互动 [J]. 中国传媒科技，2021（1）：47-49.

[4] 刘志岩 . 中国传统媒体与新兴媒体融合发展的现状，问题与创新路径 [J]. 神州，2019（31）：282.

[5] 李瑞森 . 论全媒体时代传统媒体与新媒体的深度融合 [J]. 中国传媒科技，2019（8）：44-46.

[6] 王影 . 传统媒体与新媒体融合的相关问题思考 [J]. 新丝路：上旬 , 2021（10）：0185，0187.

[7] 李振 . 传统媒体与新媒体融合现状及困境 [J]. 中国报业，2021（9）：108-109.

[8] 罗丽铭 . 论传统媒体与新媒体融合发展路径 [J]. 中国报业，2021（21）：112-113.

作者简介：杨晓婧（1978-），女，山东郓城，中级编辑，研究方向：传统媒体和新兴媒体的融合。

（责任编辑：胡杨）